

AESTIMUM 49, Dicembre 2006: 15-29

Carlo Bottazzi*
Giulio Mondini**

* Dipartimento DITAG, Politecnico
di Torino, carlo.bottazzi@polito.it

** Dipartimento DITAG, Politecnico
di Torino, gmondini@polito.it

*Parola chiave: Piani di Gestione,
Analisi della domanda, Modelli di
Scelta*

L'Analisi della Domanda Turistica nei processi di gestione dei paesaggi culturali

The analysis method of the stated preferences by tourists, through the technique of the Choice Modelling (CM), results be one of the methodology, that in the last years has been taking more and more importance in the evaluation of the environmental, landscape and historical-cultural heritage. By means of such technique, based on interviews and econometric models, it is possible to draw the Total Economic Value (VET) of the analysed heritage.

The Cinque Terre Park turns out to be, within Italy, one of the mostly valued destinations for tourists from all over the world. The application of the Choice Modelling technique to this reality results be a decision support tool for the choices oriented to a correct management of the patrimony.

1. Introduzione

La necessità delle valutazioni in ambito paesistico stanno assumendo un ruolo di particolare rilievo in seguito all'aumento della domanda di paesaggio (a fini culturali, ricreativi, estetici, psicologici e identitari) e in base al riconoscimento da parte delle amministrazioni di diverso livello dell'importanza di una corretta tutela e gestione delle risorse paesistiche. In questa ottica il ruolo della valutazione in relazione al paesaggio può trovare applicazione in un'ampia gamma di contesti:

1. nei processi di gestione e valorizzazione del patrimonio paesistico (Piani Paesistici, Piani Territoriali di coordinamento Provinciale, Piani di Gestione, ecc.);
2. nel governo delle trasformazioni territoriali generate dalla realizzazioni di progetti pubblici e privati;
3. nell'implementazione di politiche di diverso livello locale, provinciale nazionale o comunitario (come le Politiche Agricole Comunitarie);
4. nelle operazioni di tutela "attiva" del patrimonio paesistico.

Naturalmente anche nel caso delle valutazioni di paesaggio è opportuno fare una distinzione in quelle che possono essere considerate come due concezioni radicalmente diverse di affrontare il problema di orientamento delle *policy*. La prima è quella classica della pianificazione italiana, storicamente definita come approccio *top-down*, in cui le linee guida vengono tracciate da un nucleo ristretto di *decision makers* e tecnici preposti all'aiuto decisionale (pianificatori, valutatori, sociologi, esperti di diverse discipline); la seconda è quella sviluppatasi per lo più in ambi-

to nord europeo e nei paesi di matrice anglosassone ed è quella definibile come approccio *bottom-up*, in cui gli indirizzi di trasformazione muovono dalle esigenze delle comunità locali, che maggiormente sono in grado di interpretare i problemi che investono le diverse aree e vengono poi elaborati da tecnici e decisori.

Da quanto detto emerge, esaminando le diverse tecniche valutative, come alcune di queste siano maggiormente applicabili in un'ottica *top-down*, altre siano invece una chiara espressione di un orientamento *bottom-up*, altre ancora possono essere applicate, in funzione dei presupposti da cui si parte, in entrambi i contesti. È comunque opportuno ricordare come la complessità di campi valutativi quali quello del paesaggio, difficilmente si prestano a metodologie valutative afferenti a solo uno di questi approcci. Una corretta valutazione deve infatti avvalersi sia di linee guida fornite da tecnici e amministratori da un lato, sia dell'apporto della comunità locale o di turisti (in funzione del problema decisionale o delle componenti del valore economico che si vogliono analizzare)¹.

2.1 I Piani di Gestione

Il progetto pilota lanciato dall'UNESCO e dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali, relativo alla redazione di Piani di Gestione dei siti iscritti alla World Heritage List prima del 2002, in accordo alla Convenzione sulla Tutela del Patrimonio mondiale, culturale e naturale, sottoscritta il 16 novembre 1972 a Parigi, persegue l'obiettivo di estendere tale iniziativa, anche in virtù dei risultati ottenuti da questo progetto, a tutti i siti del Patrimonio Mondiale. Quindi l'UNESCO ed il Ministero italiano hanno costituito un'apposita commissione, la quale ha provveduto ad informare gli enti preposti alla redazione dei Piani di Gestione tramite una serie di incontri e la realizzazione di un apposito sito internet². L'intenzione della commissione tecnico-scientifica non è stata quella di proporre un modello unico di Piano di Gestione, bensì quello di fornire un insieme di linee guida per arrivare alla costituzione di un *processo*, piuttosto che di uno strumento, in grado di contribuire al raggiungimento di specifici obiettivi di *tutela attiva* dei vari siti. Con tale concetto si intende non una mera conservazione delle peculiarità entrate a far parte del Patrimonio Mondiale, bensì un insieme di azioni volte alla valorizzazione culturale, allo sviluppo economico-sociale delle diverse realtà locali, alla stessa autodeterminazione delle comunità, nell'ottica di una gestione che parte dal connubio uomo-territorio. In altre parole, analizzando quanto accaduto in Italia "il piano di gestione è un elaborato tecnico

¹ Si tenga presente che la maggior parte degli studi valutativi si sono orientati nella ricerca del VET complessivo di un determinato bene, o delle componenti di uso del valore economico totale. Alcune applicazioni integrate come ad esempio l'impiego di valutazioni di contingenza (ricerca del VET) unitamente al costo di viaggio (indagine dei valori d'uso) sono riuscite a scorporare le componenti di non uso (che però risultano difficilmente analizzabili secondo i fattori di esistenza, inter e infragenerazionali).

² Il sito di riferimento è: <http://www.sitiunesco.org>.

che costituisce lo strumento necessario per definire e rendere operativo un processo di tutela e di sviluppo, condiviso da più soggetti e formalizzato attraverso un accordo tra le parti". Quindi appare ineludibile una funzione di coordinamento, svolta da questa tipologia di piano, per integrare i diversi soggetti competenti, come amministrazioni, enti e privati, nel perseguimento di obiettivi opportunamente concordati.

In quest'ottica, il piano di gestione può più propriamente essere considerato come uno strumento di programmazione, una sorta di tavolo di concertazione iterativo nel tempo, in cui i diversi *stakeholder* sono chiamati ad apportare il proprio contributo al fine di coordinare sia le linee guida sia le azioni ritenute opportune per strutturare ed implementare l'attuazione degli interventi. Questo processo può essere suddiviso in una serie di fasi, che possono essere strutturate in modalità lineare-circolare, in quanto ogni *step* è sia punto di partenza per la realizzazione dello *step* successivo, sia elemento di valutazione e di verifica per quello precedente. Un processo che parte dalla conoscenza, o fase di analisi, che progetta gli obiettivi e le modalità di realizzazione, cioè le azioni, e infine verifica risultati attesi ed ottenuti attraverso il monitoraggio; tutte queste procedure naturalmente devono essere vagliate attraverso il filtro della valutazione.

Il punto di partenza per giungere ad una corretta gestione del piano è quindi la conoscenza del sito, che deve essere letta non solamente in funzione degli aspetti materiali (le caratteristiche ambientali, paesistiche, territoriali, architettoniche, ecc.), ma anche di quelli immateriali della cultura (le tradizioni, le feste, gli aspetti enogastronomici, ecc.). Tale operazione deve configurarsi necessariamente come una vera e propria strutturazione della conoscenza, con le opportune metodologie di raccolta dati, come ricerche e studi effettuati o da realizzare *ad hoc*, analisi della domanda e dell'offerta³, del patrimonio architettonico e immobiliare, dello stato dell'ambiente attraverso opportuni indicatori, delle relazioni storiche tra società e territorio, degli aspetti identitari, del paesaggio, ecc. Chiaramente è opportuno l'utilizzo di banche dati informatiche, supportate, dove richiesto, da sistemi GIS e da opportune tecniche di schedatura. Questa fase ha come obiettivo principale l'individuazione non solo degli aspetti che contraddistinguono i diversi settori, ma anche delle relazioni tra i diversi elementi, per la definizione degli aspetti gerarchici. Alcune delle tecniche di analisi applicabili in questa fase sono l'analisi SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), l'analisi di Contingenza, i Modelli di Scelta, la cluster analysis, ecc.

La seconda fase è quella in cui i diversi *decision maker*, dopo aver vagliato i risultati dell'analisi, saranno chiamati a delineare gli obiettivi e le linee guida per il loro perseguimento. Di fondamentale importanza sarà delineare gli obiettivi di lungo periodo, ossia gli obiettivi *strutturali*, caratterizzati dal requisito di condivisibilità da parte di decisori pubblici e della comunità locale. Dopo la definizione di questi sarà opportuno stabilire anche gli obiettivi di medio periodo, attraverso la redazione di piani di settore.

³ Per quanto riguarda invece il lato dell'offerta le problematiche risultano più complesse. In relazione all'offerta si veda la teoria del ciclo di evoluzione dell'area turistica di R. Butler (1980).

La terza fase è quella della definizione delle azioni, da realizzarsi nel breve periodo, per il raggiungimento degli obiettivi stabiliti nella fase di progettazione. Questa fase, che può essere letta come l'implementazione dei programmi degli interventi, può essere scomposta nella redazione dei piani settoriali, che non devono, tuttavia, essere considerati come strumenti slegati e indipendenti, bensì come programmi coordinati e interdipendenti. Tali piani settoriali possono, generalmente, esser così suddivisi:

- Piano della conoscenza;
- Piano della tutela e della conservazione;
- Piano di valorizzazione del patrimonio culturale;
- Piano di valorizzazione economica;
- Piano di promozione, formazione e comunicazione.

Come detto, dopo una fase strategica in cui vengono delineati gli obiettivi, viene strutturata una fase di programmazione delle azioni atte alla realizzazione degli interventi. Queste azioni devono trovare chiara indicazione di:

- soggetti preposti alla loro realizzazione, con le relative competenze;
- risorse necessarie a implementare gli interventi; esse possono consistere in risorse umane, finanziarie, tecnologiche, infrastrutturali, territoriali, delle tradizioni e del saper fare locale;
- cronoprogramma con i tempi di realizzazione dei progetti.

Dunque, il Piano di Gestione si configura come un processo, la cui costituzione parte chiaramente dal coordinamento e dall'allargamento ai diversi soggetti; non solo a quelli preposti direttamente alla sua redazione (i *decision maker*), ma soprattutto a quelli che dovranno "vivere" di e con questo Piano, cioè le comunità locali. Di conseguenza strumenti fondamentali per una corretta formazione e soprattutto un effettivo funzionamento di tale processo saranno i tavoli di negoziazione. A tal riguardo gli strumenti di intesa da implementare saranno le intese istituzionali, gli accordi di programma e i patti territoriali.

Per l'attuazione del piano si rende inoltre necessario individuare strumenti operativi in grado di promuovere, seguire e valutare tutte le azioni previste.

Possono essere utilizzate due modalità per agevolare il colloquio e i lavori:

- la formazione di commissioni, comitati, consorzi di gestione, creati *ad hoc*, comprensivi di diversi gruppi di lavoro, con competenze differenti; questa modalità gode delle caratteristiche di una struttura non formale, e quindi più leggera e meno impegnativa economicamente;
- la costituzione di una struttura di gestione, quale una fondazione, un'agenzia o una società di sviluppo; questa modalità, risulta invece di tipo formale, è adatta ad affrontare le situazioni più complesse, e richiede un maggior impegno economico e finanziario.

2.2 Analisi della domanda turistica come supporto ai Piani di Gestione

Come è stato analizzato in precedenza, il Piano di Gestione si configura come uno processo che si prefigge non solo di conservare e tutelare il patrimonio cultu-

rale dell'umanità ma anche di valorizzare sia questo patrimonio, sia il tessuto socio-economico che, per una serie di fattori, risulta strettamente connesso con i beni culturali. Il turismo culturale interessa direttamente ed indirettamente questi due elementi. In primo luogo i siti iscritti alla WHL costituiscono un indubbia fonte di attrazione nei confronti dei flussi turistici di provenienza nazionale ed internazionale, attratti appunto dai caratteri di natura culturale. In secondo luogo tali flussi sono portatori, in misura diversa, di ricchezza per le popolazioni locali, a contatto con il patrimonio, in quanto consumatori di beni e servizi.

Da quanto detto si evince che un'analisi della domanda turistica si configura come aspetto imprescindibile per implementare le giuste strategie e per guidare i programmi di azione e i relativi interventi di gestione dei siti UNESCO. In particolare l'analisi della domanda turistica culturale può trovare particolare rilievo nei seguenti momenti del Piano di Gestione:

- nella fase di analisi, come complemento alle conoscenze del luogo;
- nella definizione delle strategie, come strumento di *decision aid*;
- nella definizione del piano di valorizzazione culturale ed economica.

Il processo di analisi, esplicitato dal Piano della Conoscenza, costituisce un momento essenziale per comprendere i caratteri peculiari del bene culturale. Tali caratteri sono il frutto di proprietà di tipo "oggettivo" in base alle tipologie architettoniche, alla morfologia, agli spetti naturali, ecc. risultano, inoltre, strettamente connessi con l'ambito di appartenenza. Fondamentali correlazioni si instaurano tra il territorio e gli abitanti, per dar luogo all'identità dei luoghi. Questo non è comunque sufficiente a comprendere tutti i significati di un bene o di un insieme di beni; infatti, le relazioni che si instaurano tra il patrimonio e gli abitanti locali, gli *insider*, non sono certo le uniche. Diversi significati assumono i beni culturali per i turisti, gli *outsider*, che osservano e vivono i luoghi con un filtro di "valori", di emozioni e sensazioni spesso distanti da quelli della popolazione locale. Una corretta gestione del patrimonio deve considerare tutti questi punti di vista, "oggettivi", relazionali di tipo "bene-popolazione", relazionali di tipo "bene-turisti", dal momento che possono avere effetti di notevole portata sull'economia locale, sulla trasmissione dei messaggi culturali, sugli impatti relativi al patrimonio stesso.

Altra veste dell'analisi della domanda è quella del supporto che tali studi possono svolgere nei processi decisionali. Una corretta valutazione delle preferenze dei turisti possono indirizzare i *decision maker* verso determinati indirizzi di *policy*, dal momento che alcune economie vivono effettivamente sul settore turistico culturale. Esempio emblematico è costituito dal Parco delle Cinque Terre, che dall'anno della sua istituzione, ha visto, grazie ad accorte scelte di carattere gestionale, aumentare fortemente i flussi turistici in visita al Parco, e di conseguenza ha visto un netto miglioramento delle condizioni economiche della popolazione locale a causa delle spese effettuate dai visitatori, dei nuovi posti creati a supporto del settore terziario, della crescita di domanda di mercato verso i prodotti locali (in particolare vino, Sciacchetrà, acciughe, pesto), delle nuove attività impiantate nei confini del Parco. In ambiti come questo l'analisi della preferenze della domanda culturale turistica può svolgere un aiuto nell'orientare le strategie di sviluppo, orientando i finanziamenti verso determinati interventi, piuttosto che verso altri.

Nei Piani di Valorizzazione Culturale l'analisi della domanda può trovare importanti applicazioni, per orientare gli indirizzi di *policy* e i programmi d'azione verso determinati obiettivi di valorizzazione. Questo vale in particolare per i siti che si configurano come paesaggi culturali o ecosistemi urbani, poiché essi sono costituiti da una complessa commistione di beni, risorse, valori. La cernita delle componenti più significative del valore, non solo in relazione alle analisi storiche, paesistiche, ambientali, architettoniche, deriva anche dalla considerazione dell'immagine che il patrimonio assume per i turisti. Di conseguenza porre enfasi verso determinati aspetti, pur non tralasciandone altri, può configurarsi come un'operazione fondamentale per la tutela attiva di un sito, in virtù degli imprescindibili percorsi evolutivi che accompagnano una corretta gestione dei beni.

L'utilizzo dell'analisi delle preferenze dei visitatori come supporto decisionale nella fase di definizione degli obiettivi del Piano di Valorizzazione Economica si configura come un contributo di particolare rilievo in un'ottica valutativa non solo di breve, ma soprattutto di medio e lungo periodo. Ciò può essere realizzato solamente utilizzando tecniche di analisi e valutazione in grado di esaminare gli orientamenti di *policy*. Deve essere saggiato il mercato secondo opportune metodologie di analisi dell'offerta e della domanda, in maniera tale da indirizzare secondo le modalità più appropriate le risorse economiche e finanziarie.

La valutazione delle preferenze dei visitatori costituisce uno strumento utile per la gestione del patrimonio culturale, in quanto il turismo si configura come un elemento basilare sia per la crescita economica delle comunità locali, sia come veicolo di trasmissione dei valori culturali tipici di un sito. Questa commistione di fattori giustifica l'attivazione di studi e ricerche volte a saggiare la domanda turistica di cultura come veicolo di orientamento delle *policy* di tutela, conservazione e valorizzazione dei beni culturali.

La stima della disponibilità a pagare dei turisti, anche se non sempre risulta in grado di esplicitare tutte le componenti del Valore Economico Totale⁴, si configura comunque come un supporto nella definizione di strategie di gestione relative ai beni culturali ed in particolare ai siti iscritti alla World Heritage List.

Attraverso la valutazione della domanda turistica è possibile fornire importanti informazioni relative alla strutturazione degli scenari di *policy*, in particolare:

1. la stima delle curve di domanda rilevanti;
2. la stima del surplus economico, relativo alle diverse categorie di utenti/consumatori;
3. la stima del valore dei singoli servizi/funzioni del patrimonio.

Risulta essenziale strutturare correttamente all'interno del Piano di Gestione gli studi relativi all'analisi di domanda; un modo per farlo è quello di integrare questo tipo di valutazione all'interno del Piano di Valorizzazione economica; questo per due ordini di ragioni:

⁴ Per la definizione di VET e delle sue componenti si veda: Pearce & Turner 1991.

- confrontare tali metodologie di analisi con i risultati di altre valutazioni di matrice economica, per ottenere una serie integrata di indicatori capaci di orientare i *decision maker* verso indirizzi più oculati di gestione;
- l'importanza di osservare un approccio di tipo interdisciplinare anche in relazione allo studio delle qualità dei visitatori e del loro grado di soddisfazione, che necessita di apporti di tipo culturale, economico, sociologico.

3. Modelli a Scelta Discreta

La metodologia Choice Modelling (CM), entrata da pochi anni a far parte delle tecniche di valutazione volte ad esaminare le componenti del Valore Economico Totale dei beni culturali, ambientali e paesaggistici, deve essere inquadrata nell'ambito della famiglia delle valutazioni delle preferenze espresse (*stated preferences*). Si basa quindi sulla stima delle preferenze espresse da un campione di popolazione, e in rapporto a ciò si configura come un'analisi di tipo econometrico-campionaria, al quale si sottopone un questionario di indagine inerente il bene o servizio che si vuole investigare. Tale bene viene scomposto in una serie di attributi⁵ o caratteristiche, a loro volta suddivise in alcuni livelli, atti a specificare meglio gli attributi. Gli attributi possono essere sia di tipo quantitativo sia di tipo qualitativo, in base alla caratterizzazione del bene in questione e in base agli obiettivi dello studio. Tramite la scomposizione del bene in attributi e livelli risulta possibile generare una serie di alternative progettuali, di gestione e valorizzazione del bene stesso; tali alternative verranno sottoposte al campione⁶ di intervistati, che saranno chiamati a selezionare l'alternativa da loro maggiormente preferita⁷ (*most preferred alternative*). La CM

⁵ Questi attributi devono essere rivelanti rispetto alla domanda del bene che si sta esaminando, rilevanti nei confronti della policy che contestualizza l'ambito della stima, e devono risultare in qualche modo misurabili (Blamey, 1999).

Inoltre, gli attributi devono essere caratterizzati dal concetto di *rappresentatività* (Mondini, 2000): "l'indicatore deve essere chiaramente correlabile con un certo fenomeno o una certa caratteristica che si vuole rilevare o controllare; deve essere altamente correlabile con l'effetto suddetto, con una minima dispersione statistica; deve essere difficilmente camuffabile da fattori al contorno; deve avere una validità sufficientemente generalizzabile a molte situazioni analoghe, anche se non identiche".

⁶ Non solo la scelta degli attributi consente di orientare l'analisi in relazione alle diverse componenti del VET, ma anche la scelta del campione. Ad esempio, l'analisi di un bene paesaggistico di particolare rilievo può essere volta all'indagine delle componenti d'uso diretto del valore, saggiando un campione di turisti scelto in situ, oppure alle componenti di non uso, tramite interviste a campioni situati in aree più o meno lontane dal bene.

⁷ Si ricordi che la tecnica basata su scelte di un unico profilo all'interno di gruppi di scelta, generalmente composto da 2-3 alternative (di cui una può essere rappresentata dall'opzione *status quo*), è propria della metodologia Choice Modelling. Invece, la metodologia Conjoint Analysis (da cui derivano appunto gli esperimenti di scelta e applicata con successo, da diversi anni, nel campo del marketing) impone che gli intervistati forniscano un giudizio di valore relativamente a tutti i profili presentati nel modello, attraverso procedure *rating* o *ranking*.

si configura come una tecnica che sia avvale della teoria hicksiana del surplus del consumatore, dal momento che, venendosi a configurare come una metodologia multi-attributo, risulta in grado di catturare i prezzi impliciti dei cambiamenti negli attributi; fornisce valutazioni di tipo quantitativo monetario, in quanto espressione appunto di misure hicksiane della disponibilità a pagare. Risulta di particolare applicabilità in caso di valutazione di beni non di mercato, caratterizzati da profili di attributi complessi, in quanto adatta ad estrarre stime dei prezzi ombra. È una tecnica in grado di fornire valutazioni quantitative delle utilità parziali dei diversi attributi che costituiscono il bene, sulla base della significatività statistica di tali attributi. Le stime principali che si possono trarre attraverso l'impiego di questa metodologia risultano essere:

- i *trade-off* tra gli attributi;
- i prezzi impliciti dei livelli degli attributi;
- il surplus degli individui (consumatori, turisti, ecc.)

I campi di impiego di un'analisi Choice Modelling possono essere i seguenti:

1. in ambito decisionale, per affrontare problemi di allocazione delle risorse, come quelli inerenti le procedure di gestione e valorizzazione di beni paesaggistici, ambientali e storico-culturali;
2. in ambito tecnico, come input da inserire nelle procedure di valutazione costi-benefici, costi-utilità, costi-efficacia, in quanto tale metodologia risulta in grado di stimare i prezzi ombra di beni non di mercato, nonché le esternalità prodotte da tali beni;
3. nelle procedure di analisi della domanda di beni e servizi a carattere culturale e ricreativo.

3.1 Il caso studio: L'analisi della domanda turistica per il Parco delle Cinque Terre

Le Cinque Terre sono divenute negli ultimi anni una meta turistica di primo piano, capace di richiamare flussi di persone dalle più svariate parti del mondo, fino a picchi di 3,5-5 milioni di turisti per il mese di agosto.

La singolarità dell'ambito in considerazione, oltre che naturalmente costituita dal paesaggio dai notevoli connotati di pregio e unicità, risiede nel fatto che non vengono richiesti dall'amministrazione strumenti di incentivazione del turismo, ma soprattutto una corretta gestione dei flussi esistenti; in particolare potenziando il turismo culturale, limitando i flussi giornalieri e spalmando il richiamo di persone su una base temporale più ampia (non solo nel periodo primavera-estate, ma anche in quello autunno-invernale). L'importanza di una corretta gestione dei flussi turistici si accompagna naturalmente ad altri obiettivi che il Parco si è prefissato, tra cui:

- il potenziamento dell'economia locale, attraverso nuovi posti di lavoro nei settori agricoli e terziari;
- tutelare il paesaggio terrazzato, mediante il progressivo recupero dei muretti a secco (tramite apposite azioni di intervento e di normazione del recupero dei rustici da parte dei privati);

- il rilancio sul mercato dei prodotti tipici locali, come lo Sciacchetrà (un particolare tipo di vino passito), le acciughe, il vino e il pesto.

L'utilizzo dei Modelli di Scelta parte dalla definizione dei problemi di *policy* che si intendono valutare; la seconda fase è quella inerente la scelta degli attributi che meglio riescono ad interpretare gli scenari di gestione ipotizzati nei tavoli di concertazione. Quindi, per far questo, si è scelto un approccio di selezione degli attributi in funzione del grado di spiegazione degli scenari di *policy*:

Tabella 1 – Attributi e livelli.

Attributo	Gestione «status-quo»	Gestione «conservativa»	Gestione «tutela attiva»
Paesaggio	Vigneti e boschi	Vigneti	Colture miste
Accessibilità	Sistema attuale di trenini	Recupero dei trenini esistenti per trasporto persone	Sistema con potenziamento dei trenini
Servizi	Card "Carta Cinque Terre Card"	Card didattica	Card salutistica
Tipo ristorazione	Ristorazione non selezionata	Piatti della tradizione	Piatti etnici
Costo	20	30-40-50	

3.2 Modelli econometrici

Il primo modello stimato è di tipo Multinomial Logit standard, senza elementi di interazione come covariate, i cui *output* sono visibili nella tabella seguente. Come è possibile vedere, i coefficienti presentano una significatività statistica piuttosto soddisfacente (eccezion fatta per i livelli *Trenini recuperati per trasporto di persone* e *Card didattica*). Anche lo pseudo R^2 di Mcfadden, pari al 19,3%, indica una bontà della stima decisamente apprezzabile.

Osservando i livelli relativi all'*attributo paesaggio*, si può vedere come, sia il livello *colture miste*, sia quello *vigneti* abbiano segno negativo. Ciò sta a significare una netta preferenza dei turisti presenti alle Cinque Terre per un paesaggio caratterizzato dalla presenza di vigneti e boschi, situazione che peraltro costituisce lo stato di fatto. Se uno scarso apprezzamento per l'inserimento di colture miste poteva essere previsto a priori, lascia un po' stupiti lo scarso interesse per una situazione con una più marcata presenza di vigneti, che si configura esattamente con il paesaggio culturale delle Cinque Terre, riconosciuto dall'UNESCO e strettamente legato con la storia e l'identità del luogo. Tuttavia questa analisi, come detto, è legata alle preferenze dei turisti e quindi degli *outsiders*, che in molti casi non conoscono affatto la storia del luogo e i relativi caratteri di testimonianza, identità e cultura. Inoltre, si deve tener conto del fatto che il Parco sta vivendo una fase di forte attrattività turistica, elemento che induce a pensare che ci sia un elevato apprezzamento anche per la situazione paesaggistica attuale. L'analisi dimostra la veridicità di questa affermazione, e percorrendo i sentieri del Parco o osservando il paesaggio dai battelli ci si può rendere conto come ormai i terrazzamenti siano

Tabella 2 – Risultati del modello Multinomial Logit 1.

VARIABILE	Coeff.	Std.Err.	z	P> z	[95% Conf. Interval]
Vigneti	-.256532	.1577417	-1.63	0.104	-.5657003 .0526356
Colture miste	-.330349*	.1577417	-2.07	0.038	-.6423982 -.0182998
Trenini recuperati per trasporto di persone	.1621819	.1673132	0.97	0.332	-.1657459 .4901097
Potenziamento trenini	-.3349419*	.1617315	-2.07	0.038	-.6519298 -.0179539
Card salutistica	-.707677***	.18823	-3.76	0.000	-1.076601 -.338753
Card didattica	-.0031003	.1727239	-0.02	0.986	-.341633 .3354324
Piatti della tradizione	.6225171***	.1659766	3.75	0.000	.2972089 .9478252
Piatti etnici	-.5050948**	.1736214	-2.91	0.004	-.8453866 -.1648031
Costo	-.0584757***	.0078736	-7.43	0.000	-.0739077 -.0430436
Costanti specifiche dell'alternativa (asc1)	.5774852*	.2587587	2.23	0.026	.0703276 1.084643
				Number of obs	= 2948
				LR chi2(10)	= 788.87
				Prob > chi2	= 0.0000
				Log likelihood	= -1648.9606
				Pseudo R2	= 0.1930

Note: * significativo al 95% , ** significativo al 99%, *** significativo allo 99,9%

fortemente degradati, con ampie porzioni di terreno recuperate dal bosco. Quindi, l'immagine che il turista ha delle Cinque Terre è quella di un paesaggio con forte presenza di macchie vegetali, intervallate da tratti di terrazzamenti, spesso coltivati a vigneto, ed è lecito affermare, sulla base dei risultati del modello, che questa è un'immagine che piace al turista.

Passando ad analizzare l'apprezzamento per l'*attributo accessibilità*, si può vedere come sia parsa notevolmente interessante per i turisti l'ipotesi del recupero dei trenini esistenti per il trasporto delle persone, mentre sia notevolmente avversata l'ipotesi con l'inserimento di nuovi e più moderni trenini per il trasporto delle persone. Le motivazioni di questo risultato devono essere lette nel fatto che se da un lato il turista auspica l'ipotesi di un mezzo di trasporto, sia per potersi recare più facilmente nelle zone a più alta quota, sia per osservare il paesaggio secondo una diversa modalità, dall'altro sembra preoccupato degli impatti che l'inserimento di queste strutture possono avere sull'ambiente e in particolare sul paesaggio. Si deve anche tener presente il fatto che questo risultato è parzialmente dovuto alle immagini mostrate al campione, le quali facevano riferimento ad alcune soluzioni preliminari, studiate dal Dipartimento di Meccanica del Politecnico di Torino, in seguito elaborate a maggior dettaglio e con diverse altre alternative di realizzazione. Emerge tuttavia una forte indicazione progettuale: attestarsi il più possibile a soluzioni a basso impatto paesistico.

L'output relativo all'attributo *servizi*, che confronta diversi pacchetti di offerta, ha visto l'interesse dei turisti maggiormente orientato verso la Card Servizi del Parco, attualmente esistente; mentre scarso interesse è stato dimostrato per la card didattica, che presenta una discreta offerta museale e di attività di laboratorio (come ricamo e erboristeria). La Card Salutistica, che presenta un'offerta legata a medicine alternative come la naturatopia e la riflessologia plantare (già presente nel Parco con un esperto tedesco), considerata con lo scopo di attrarre turisti nei mesi invernali, non è piaciuta per nulla ai visitatori. Le spiegazioni di questo sono da ricercarsi nel fatto che i turisti vengono al Parco per lo più per camminare e visitare i sentieri, per stare a contatto con la natura e con il paesaggio, e per spostarsi agevolmente nei diversi comuni, fattori questi consentiti dalla Card del Parco. I servizi forniti dalle altre Card, essendo di carattere sostanzialmente differente rispetto alle attività della Card del Parco, come visite in luoghi chiusi o cura del corpo, non possono trovare apprezzamento positivo da parte di persone che si recano nel sito appositamente per il paesaggio. Lo scarso apprezzamento per attività di medicina alternativa deve essere giustificato in parte perché, essendoci una forte presenza di turisti stranieri, questi chiaramente si recano al Parco per godere delle peculiarità del sito, mentre, presumibilmente, essi possono usufruire dei servizi di medicina alternativa nei loro paesi di provenienza. Di conseguenza la valutazione negativa di questi servizi è legata alla tipologia del campione, ma nulla vieta che il loro inserimento non possa svolgere una funzione attrattiva, anche nei mesi invernali, nei confronti di altre persone, magari provenienti dall'ambito italiano. Si deve aggiungere, anche, il fatto che la Card Didattica ha avuto una valutazione negativa, ma con un coefficiente piuttosto basso in valore assoluto, cosa che rende questa alternativa valida soprattutto come offerta nei confronti delle scuole e dei viaggi di istruzione.

In relazione all'attributo *ristorazione*, è emerso come esista una forte predilezione per la cucina tradizionale, fattore che evidenzia un'importante ruolo giocato dagli aspetti enogastronomici legati alla cultura locale. L'indicazione che ne deriva è quella di promuovere significativamente le ricette della tradizione e i prodotti tipici, sia nei ristoranti e focaccerie, sia nei punti commerciali. Apprezzamento negativo è stato rivolto all'inserimento di piatti etnici, legati in parte all'inserimento di nuove colture agricole (come lo zafferano), in parte all'espansione di nuove forme di commercio (come quello "equo e solidale").

L'attributo *costo*, conformemente ai presupposti della teoria economica, è caratterizzato da segno negativo, come ci si poteva aspettare a priori.

Il valore positivo delle ASC sta ad indicare la mancanza di *status quo bias*, ossia di distorsioni nel modello statistico, dovute a preferenze dei turisti per l'opzione *status quo* (*most preferred alternative*).

Sono stati stimati, in seguito, altri modelli di tipo Multinomial Logit ibrido, i quali introducono l'interazione tra le costanti specifiche delle alternative (ASC)⁸ e

⁸ Nei modelli a scelta discreta è necessario inserire nella stima variabili socioeconomiche e attitudinali mediante interazione con le ASC, in maniera tale da eliminare l'insorgere di singolarità di Hessian.

i fattori socioeconomici e attitudinali (questi modelli non vengono qui trattati per motivi di spazio).

3.3 *Surplus economico*

Per saggiare il surplus economico, cioè la disponibilità a pagare della collettività (DAP) per situazioni alternative di gestione, è opportuno fare riferimento alla seguente formula:

$$\text{Surplus economico} = -\frac{1}{\beta_{\text{monetario}}}(V_1 - V_0)$$

Dove V_0 è l'utilità che deriva dalla situazione attuale (status quo), mentre V_1 è l'utilità associata all'alternativa o scenario di cambiamento.

Di seguito si propongono alcuni scenari futuri di gestione del Parco:

1. *Scenario 1*: in questo scenario si mantengono inalterate tutte le caratteristiche rappresentanti lo status quo del Parco, ad eccezione dell'attributo paesaggio, che contempla, in questo caso, una situazione a vigneti, e dell'attributo costo, che in ragione degli alti costi di recupero dei terrazzamenti, viene stimato in 40 €. Il fine di questo scenario è quello di valutare la disponibilità a pagare della collettività per il completo recupero dei terrazzamenti, in maniera tale da poter confrontare i costi di ripristino con i possibili ricavi.
2. *Scenario 2*: anche in questo caso vengono lasciate inalterate tutte le caratteristiche ad eccezione dell'attributo accessibilità, che vede nello scenario il potenziamento dei trenini attuali per un miglioramento dei trasporti, e dell'attributo costo, stimato a 30 €. Tale scenario si prefigge lo scopo di confrontare la disponibilità a pagare per la realizzazione di trenini volti al trasporto di un elevato volume di persone e dotati di più elevata velocità, rispetto a quelli attuali e, quindi, confrontarla con i costi relativi alla realizzazione dell'infrastruttura.
3. *Scenario 3*: come prima rimangono inalterate tutte le caratteristiche, tranne l'attributo accessibilità, che prevede il recupero dei trenini esistenti (o soluzioni comunque poco impattanti) per valutare la realizzazione di un'infrastruttura in grado di meglio integrarsi con i caratteri paesaggistici del sito; il costo è stimato in 40 € (10 in più dello scenario con potenziamento dei trenini) poiché, essendo nella realtà di difficile realizzazione il recupero dei trenini esistenti (per ragioni di sicurezza e di insufficienza delle strutture esistenti), si pone la necessità di implementare una nuova struttura, naturalmente a basso impatto (al fine di essere paragonabile ad un recupero dei trenini), con annesse opere di mitigazione ambientale e paesaggistica.
4. *Scenario 4*: questa simulazione prevede l'inserimento, rispetto alla situazione attuale, di servizi preposti alla medicina alternativa. Lo scopo è quello di valutare l'apprezzamento dei turisti, per indirizzare i flussi di visitatori anche nella stagione fredda. Il costo di questa alternativa gestionale è stimato pari a 30 €.
5. *Scenario 5*: altra situazione orientata alla valutazione dei servizi, che prevede un paesaggio a vigneti e boschi, i trenini attuali, una card di tipo culturale (Card

Didattica), anche al fine di valorizzare e promuovere l'identità locale, servizi di ristorazione non selezionati da particolari filoni enogastronomici, un costo pari a 30 €.

6. *Scenario 6*: questa situazione presenta diversi cambiamenti rispetto allo status quo, per poter valutare una policy di gestione nel suo complesso. Questo scenario è quello della "Gestione Conservativa", che prevede un paesaggio a vigneti, il recupero dei trenini esistenti per il trasporto delle persone, la Card Didattica e i piatti tipici della tradizione. Il costo viene stimato in 50 €, per via delle forti spese di sistemazione dei terrazzamenti, di realizzazione di una struttura a cremagliera a basso impatto e di allestimento dei musei.
7. *Scenario 7*: scenario "Gestione Tutela Attiva", che prevede un paesaggio a colture miste, il potenziamento dei trenini, la Card Salutistica, i piatti etnici e un costo di 30 €.

Di seguito vengono presentati i risultati della valutazione della disponibilità a pagare dei turisti per gli scenari ipotetici di gestione:

Tabella 3 – Disponibilità a pagare dei turisti.

	SCENARIO						
	1	2	3	4	5	6	7
Disponibilità a pagare dei turisti in €	17,33	1,51	3,09	17,07	5,02	27,08	48,11

4. Conclusioni

Il Choice Modelling è una tecnica di preferenze rivelate per la stima di valori non *market*. Essa ha alcuni particolari vantaggi rispetto altre tecniche, come il Contingent Valuation Method (CVM), che sono state più ampiamente applicate.

Un primo vantaggio del Choice Modelling deve essere ricercato nel fatto che l'attributo "costo" del bene o servizio esaminato viene messo in un piano secondario rispetto all'applicazione Contingent; infatti essendo posto come uno degli attributi, non risulta l'unica caratteristica che deve essere valutata dai rispondenti. Quindi le preferenze sono condizionate da una molteplicità di fattori, non solamente dagli aspetti monetari. Tuttavia è possibile regredire la DAP del campione di intervistati, attraverso il rapporto tra i coefficienti non monetari e quelli monetari.

Un secondo vantaggio è offerto dalla possibilità di integrare nell'analisi competenze di tipo interdisciplinare. Infatti, gli attributi utilizzati possono essere frutto di studi e ricerche effettuate da esperti in diversi settori, in maniera tale da esplicitare il carattere di complessità dei beni e servizi esaminati. Ad esempio, nel caso dei paesaggi culturali, o in quello degli ecosistemi urbani, le caratteristiche dei siti e quelle del tessuto socioeconomico, renderebbero eccessivamente poco esaustivo un approccio di tipo monodisciplinare. Chiaramente il coinvolgimento delle diverse discipline all'interno dell'analisi può avvenire sia in maniera diretta, attraverso l'apporto in prima persona di esperti, o indirettamente, mediante il reperimento di analisi effettuate in momenti e per fini diversi.

Altro aspetto fondamentale è costituito dalla flessibilità della metodologia, fattore questo che la rende adatta ed applicabile ad una moltitudine di settori, dalla medicina all'ambiente, dall'economia alla pianificazione, dal paesaggio all'architettura, ecc. La scomposizione in attributi e livelli permette di realizzare una maggiore o minore complessità nella specificazione del bene/servizio, in funzione degli obiettivi dell'analisi, del campione esaminato, delle caratteristiche dell'oggetto della valutazione.

La realizzazione di questionari contenenti scelte ripetute, costituisce un aspetto molto fondamentale, dal momento che la presentazione a un determinato campione consente di ottenere un numero di osservazioni superiore a quello ottenibile con l'impiego di altre tecniche, come la Valutazione di Contingenza.

La stessa applicazione può essere valutata attraverso l'impiego di diversi modelli econometrici (Multinomial Logit semplici o ibridi, con inclusione di variabili socioeconomiche ed attitudinali, modelli con interazioni con le Costanti Specifiche delle Alternative o l'attributo monetario, Nested Logit, Multinomial Probit, Random Parameter Logit o Mixed Logit, Heteroskedastic Extreme Value Model). Quindi anche il momento di analisi econometrica risulta essere più consistente di quello realizzato nelle analisi Contingenti.

Chiaramente, a fronte di questa serie di vantaggi, è possibile riscontrare una serie di criticità inerenti l'utilizzo della tecnica dei Modelli di Scelta. Innanzitutto, rispetto alle analisi di Contingenza, si va incontro a maggiori costi nella preparazione dei questionari, nella loro somministrazione e nell'analisi econometrica dei dati. Inoltre, pur essendo un tipo di analisi, per certi versi più esaustiva rispetto alle applicazioni di valutazione contingente, presenta un grado di difficoltà di realizzazione notevolmente più marcato sia per la sensibilità necessaria alla predisposizione dei questionari, sia per la complessità dei problemi analizzati, sia per le competenze statistiche necessarie.

Al di là degli aspetti di divergenza tra le tecniche *stated preferences*, è comunque utile far riferimento ad un paradigma integrato delle metodologie *Contingent* e *Choice Modelling*, soprattutto in relazione ad ambiti applicativi complessi, non tanto per fare un raffronto fra i risultati ottenuti, quanto per strutturare al meglio i problemi estimativi e giungere così ad obiettivi congrui.

Bibliografia

- Adamowicz W., Louviere J. & Williams M. 1994. Comparing Revealed and Stated Preference Methods for Valuing Environmental Amenities. *Journal of Environmental Economics and Management* 29: 271-292.
- Bateman I.J. & Mawby J., 2004. First impressions count: interviewer appearance and information effects in stated preference studies. *Ecological Economics* 49: 47 - 55.
- Blamey R.K., Bennett J.W., Louviere J.J., Morrison M.D. & Rolfe J.C. 1999. *The use of policy labels in environmental choice modelling studies*. Research Report No. 9, School of Economics and Management, University College, The University of New South Wales, Canberra.
- Carlsson F., Frykblom P. & Carolina Liljenstolpe C. 2003. Valuing wetland attributes: an application of choice experiments. *Ecological Economics* 47: 95 - 103.

- Dachary-Bernard J. 2004. Une application de la méthode des choix multi-attributs aux Monts d'Arrée. *Économie et Statistique* 373: 57 - 80.
- Greene W. 2000, *Econometric Analysis*. New York, McGraw Hill.
- Lanzani A. 2003, *I paesaggi italiani*. Roma, Meltemi.
- Mazzanti M. 2003, *Metodi e strumenti di analisi per la valutazione economica del patrimonio culturale*. Milano, Franco Angeli.
- Mondini G. 2000, La definizione degli impatti e la loro misurazione in una logica di valutazione strategica dello sviluppo. in *Ce.S.E.T. - Atti degli incontri - XXX - Gestione delle risorse naturali nei territori rurali e nelle aree protette: aspetti economici, giuridici ed estimativi*.
- D.W. Pearce, R.K. Turner, *Economics of Natural Resources and the Environment*, 1989, trad.it.: *Economia delle Risorse naturali e dell'ambiente*, Il Mulino, Bologna, 1991.
- Romani V. 1994, *Il Paesaggio. Teoria e pianificazione*. Milano, Franco Angeli.
- Tempesta T. (a cura di) 1997, *Paesaggio rurale e agro-tecnologie innovative, Una ricerca nella pianura fra Tagliamento e Isonzo*. Milano, Franco Angeli.